¿En qué medida mejoran las nuevas tecnologías de la comunicación nuestra vida?

# HOMO INTERNAUTA

Internet ha supuesto una revolución tan importante como la invención de la imprenta en el siglo XV: la tercera parte de la población mundial ya puede ser considerada "homo internauta". Somos consumidores más activos, investigamos, hacemos recomendaciones, nos expresamos y creamos contenidos... Internet ha roto las barreras geográficas para hacernos más globales y más individuales al mismo tiempo. Pero, ¿significa esto que nuestra vida es mejor?

A

## CÓMO USAMOS LAS REDES SOCIALES EN ESPAÑA

### ¿CUÁNTO TIEMPO PASAMOS EN LAS REDES SOCIALES?

**DÍAS DE LA SEMANA**

| | |
|---|---|
| LinkedIn — 2,6 | Instagram — 4,8 |
| Google+ — 3,4 | Twitter — 4,9 |
| YouTube — 4,4 | Facebook — 7 |

**HORAS AL DÍA**

| | |
|---|---|
| LinkedIn — 1h 55m | Instagram — 2h 34m |
| Google+ — 2h 57m | Twitter — 3h 9m |
| YouTube — 3h 34m | Facebook — 4h 31m |

### ¿QUÉ HACEMOS EN LAS REDES SOCIALES?

**66%** Ver qué hacen nuestros contactos

**58%** Ver vídeos, escuchar música...

**52%** Enviar mensajes

**39%** Colgar fotos, vídeos...

**37%** Chatear

**34%** Comentar los contenidos de otras personas

**29%** Buscar información académica

**27%** Jugar

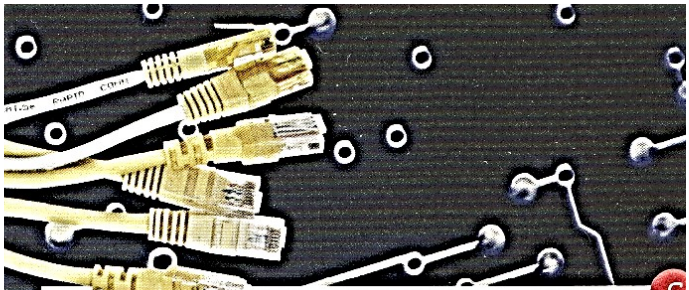
**24%** Conocer gente

**18%** Participar en concursos

**13%** Crear eventos

**12%** Comprar productos de marca

Datos extraídos del Estudio Anual de Redes Sociales 2015, iabspain.net



# La vida más bonita

Lo tenemos ya tan interiorizado que no nos damos cuenta, pero es increíble poder hablar por Skype con personas que están a kilómetros de distancia, poder aprender a tocar un instrumento nuevo gracias a tutoriales en YouTube que sube[1] la comunidad, aprender a montar la rueda de una bici[2] gracias a un blog, saber cuántas horas dormí y cuántas calorías quemé[3] mientras me desplazo al trabajo en la bici. Son algunos de los innumerables ejemplos por los que creo que la tecnología ha hecho mi vida más 'bonita'. [...]

Gracias a la tecnología tenemos hoy infinidad de vías para poder experimentar con la autoexpresión y creo que muchas redes sociales son fruto de ese fin o esa necesidad. [...] La necesidad y el gusto por crear, colaborar y compartir es característico de nuestras generaciones. Estas generaciones tienen una incipiente[4] facilidad para crear y compartir, con el ideal de fondo de crear una identidad digital hacia fuera y para buscarse hueco[5] entre la jungla de contenido digital. Pero no solo eso, sino que ahora el contenido que demandan estas generaciones es contenido visual.

Leonor Ruiz, blogginzenith.zenithmedia.es (2014)

**VOCABULARIO**

1. **subir:** (ici) mettre en ligne
2. **la bici (bicicleta):** le vélo
3. **quemar (calorías):** brûler (des calories)
4. **incipiente:** naissant(e)
5. **buscarse hueco:** (ici) se trouver une place